

## **BAB V** **SIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh UKM Bolu Wonolelo adalah sebagai berikut: memvariasikan bentuk bolu, penetapan standar resep, pengemasan bolu dengan bungkus plastik untuk menekan biaya produksi, menetapkan harga jual yang murah agar dapat dijangkau oleh konsumen, memperluas jangkauan pemasaran hingga memasuki pasaran Jawa Tengah yaitu Magelang, Prambanan, Klaten, Boyolali, Surakarta dan sekitarnya, serta menggunakan jasa sales untuk mendistribusikan bolu.
2. Hasil analisis faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut; kekuatan yang dimiliki oleh UKM Bolu Wonolelo adalah produk yang berkualitas, tanpa bahan pengawet, mudah dalam pengadaan bahan baku, jangkauan pemasaran luas hingga memasuki wilayah Jawa Tengah, distribusi produk lancar dan upah tenaga kerja relatif murah. Kelemahan yang dimiliki yaitu bentuk bolu kurang menarik, tidak mencantumkan merk pada kemasannya, belum menerapkan perhitungan harga jual yang baik, kurang memanfaatkan teknologi dalam proses produksi, promosi kurang optimal, motivasi dalam berwirausaha sangat rendah dan kurang terampil dalam bidang manajerial perusahaan. UKM Bolu Wonolelo ini juga mempunyai peluang, yaitu masing-

masing UKM Bolu Wonolelo sudah memiliki pasar sendiri-sendiri, adanya bantuan modal dan pinjaman, serta harga bolu yang murah. Ancaman yang harus dihadapi oleh UKM Bolu Wonolelo adalah munculnya pesaing dengan produk yang sama dengan harga yang lebih murah, kondisi perekonomian yang memburuk, kenaikan harga bahan baku dan adanya peningkatan selera pasar.

3. Alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada UKM Bolu Wonolelo adalah sebagai berikut: (a) Diversifikasi produk, (b) pengembangan pasar, (c) memelihara kualitas, (d) pengoptimalan promosi, (e) mencantumkan merk, (f) pelatihan manajemen, (g) pelatihan SDM, (h) pengembangan proses produksi, dan (i) penetapan harga jual yang baik.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis, saran yang dapat diberikan kepada UKM yaitu UKM Bolu Wonolelo harus dapat memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang usaha dengan menerapkan beberapa alternatif berikut:

1. Melakukan diversifikasi produk untuk mengantisipasi kejemuhan pasar terhadap produk yang ditawarkan.
2. Pengembangan pasar, salah satunya dengan cara menambah sales sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
3. Mencantumkan merk pada kemasan, hal ini bertujuan untuk memudahkan konsumen membedakan produk Wonolelo dengan produk lainnya.

4. Kegiatan promosi perlu dioptimalkan, salah satu caranya adalah dengan pengembangan produk agar Bolu Wonolelo menjadi produk unggulan dan dapat lebih dikenal masyarakat.
5. Dinas terkait disarankan untuk memberi pelatihan kepada UKM Wonolelo mengenai manajemen perusahaan, agar administrasi dan proses produksi perusahaan dapat berjalan dengan lancar.
6. Pelatihan peningkatan motivasi agar para pengusaha bergairah mengembangkan usaha.
7. Pengembangan proses produksi, salah satunya dengan pengalihan peralatan dari yang manual menjadi elektrik agar produktifitas kerja lebih efisien.
8. Produsen perlu menetapkan harga jual dengan mempertimbangkan biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya bahan bakar, tenaga kerja dan penyusutan alat agar omzet penjualan meningkat dan dapat mempertahankan keberlangsungan usaha.

### C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian Strategi Pemasaran pada UKM Bolu Wonolelo ini hanya mengungkap identifikasi alternatif strategi pemasaran yang dapat dijalankan oleh UKM Bolu Wonolelo, namun belum sampai pada penentuan prioritas pelaksanaan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi saat ini, baik internal maupun eksternal. Untuk itu diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai penentuan prioritas alternatif tersebut.